

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



Surgimiento, recursos y estrategias de un líder para lograr mantenerse en el poder: El caso del distrito de La Perla

Tesis para optar el título de Licenciada en Ciencia Política y Gobierno que presenta el Bachiller:

NATHALY MELISSA SAMANIEGO VELÁSQUEZ

Asesora:

MARIA ROSA ALAYZA MUJICA

Noviembre, 2015

Sumilla:

En el Perú luego de la transición a la Democracia, los partidos políticos se enfrentaron al difícil problema de la debilidad institucional como causa del colapso del sistema. Dentro de ese contexto, se promulga la Ley 28094, Ley de los Partidos Políticos y posteriormente la reforma de la descentralización. Esto genera nuevos actores como los movimientos políticos que comenzarán a mostrar gran porcentaje de volatilidad y eventualmente cambiarán la dinámica electoral.

Es en esta línea que esta investigación buscará analizar las elecciones distritales de la Perla, Callao, caso atípico en el cual se observa una estabilidad política a nivel subnacional. Pedro López con el movimiento Mi Callao logra ganar dos veces consecutivas el gobierno distrital (2002 y 2010), además compite directamente con Chim Pum Callao quien tiene la mayoría de distritos en el departamento incluyendo el Gobierno Regional y el Provincial.

De esta manera, se busca profundizar en las estrategias que desarrolla un actor político para ser reelegido por varios periodos seguidos. Por consiguiente, la pregunta central que guía nuestra investigación es: ¿Cuáles son las estrategias electorales que Pedro López utilizó para ganar en las elecciones distritales de La Perla 2006 y 2010?

ÍNDICE

Introducción.....	i
CAPÍTULO 1: Estrategias electorales, ambición política de las autoridades políticas: Un marco de referencia.....	1
1.1. Partidos personalistas	3
1.2. Clientelismo político.....	6
1.3. El Incumbente.....	10
CAPÍTULO 2: La Perla del Callao, un distrito atípico	13
2.1. El distrito de La Perla	15
2.2. Chim Pum Callao, la gran maquinaria del Callao	19
2.3. El surgimiento de Pedro López.....	24
CAPÍTULO 3: gestión de Pedro López en el distrito de La Perla (2002 - 2014)....	31
3.1. Una imagen que identifique a La Perla.....	32
3.2. Una oferta clientelar	39
Conclusiones.....	45
Bibliografía	49

Introducción

La siguiente investigación tiene como finalidad brindar una aproximación al tema de la estabilidad política, prestando atención principal a las estrategias electorales de un candidato que busca primero ser elegido para un cargo público para luego, permanecer en él. Según la literatura de Ciencia Política, el elemento clave para la estabilidad es una organización política fuerte. Según Kerney, para que una organización sea considerada fuerte tendría que tener una gran capacidad organizativa que les permita ganar elecciones políticas (1996).

No obstante, en la práctica las organizaciones políticas sólidas en el Perú han sido mayormente inexistentes y esto se ha visto reflejado en múltiples investigaciones (Tanaka 2005, Sanchez 2009, Remy 2010). Incluso, es común hablar hoy en día sobre el colapso de partidos, frase que acuñada por los politólogos Levitsky y Cameron. Por lo que la inestabilidad política no ha sido un factor muy común en todos los niveles de gobierno tanto regional, provincial y local.

Sin embargo, la siguiente investigación busca argumentar todo lo contrario. En el Perú, a nivel subnacional, se presentan casos donde el alcalde regional, provincial o local es reelegido en el cargo varios por periodos consecutivos. Por lo tanto, la estabilidad en un contexto subnacional, si es posible y hay casos aunque atípicos que lo corroboran. Un claro ejemplo es el caso de Chim Pum Callao y su estabilidad en el Callao (Rojas 2012, Iturrizaga 2013), Alianza por el Progreso en Trujillo (Barrenechea 2012) y Perú Posible en Los Olivos, entre otros.

Es así que en esta investigación seguirá la línea de estos casos atípicos y desarrollará el caso distrital de La Perla donde Pedro López con el Movimiento Independiente Mi Callao ha logrado ganar las elecciones tres veces consecutivas: 2002, 2006 y 2010. De esta manera, se busca profundizar en las estrategias que desarrolla un actor político para ser reelegido por varios periodos seguidos. Por consiguiente, la pregunta central que guía nuestra investigación es: ¿Cuáles son las estrategias electorales que Pedro López utilizó para ganar en las elecciones distritales de La Perla 2006 y 2010?

Es importante mencionar además, que sólo centraremos la investigación en el periodo 2006 y 2010 ya que solo nos interesa analizar las estrategias que usó Pedro López estando como alcalde de La Perla y no las estrategias que uso para poder llegar al poder. Es decir, esta investigación desarrollará las estrategias electorales que usa un alcalde para ganar las elecciones consecutivamente.

El trabajo primordialmente identifica tres variables que buscan explicar la reelección de López en La Perla: La figura carismática del líder, el saber posicionar a Chim Pum Callao como opositor político, y finalmente, el clientelismo.

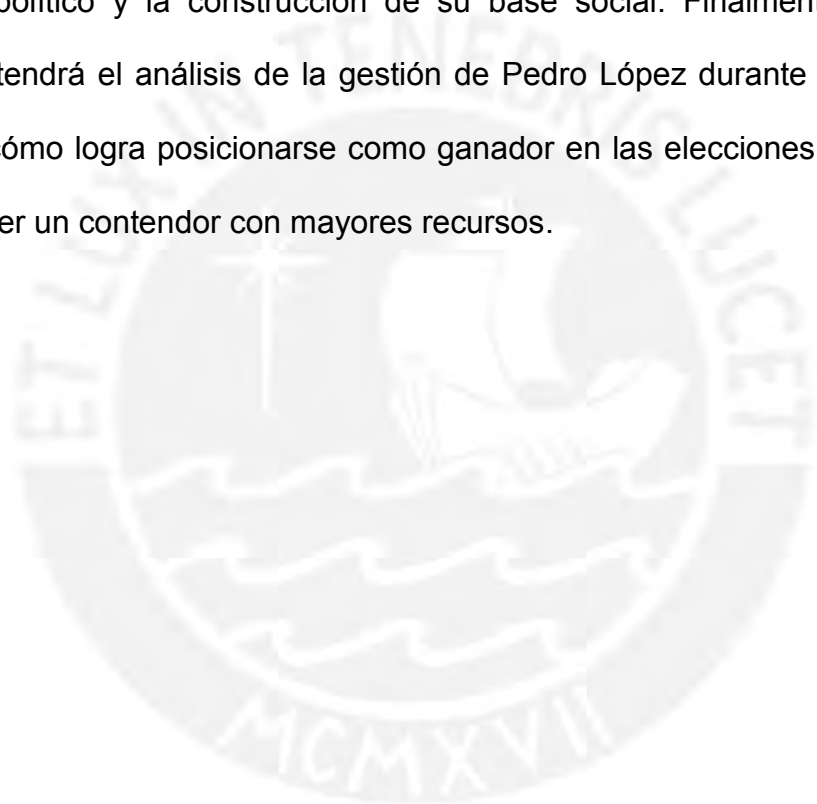
Para poder desarrollar todas estas variables, se ha trabajado una serie de herramientas: 11 entrevistas semiestructuradas que se han realizado a ex regidores de La Perla, ex alcaldes y actuales alcaldes tanto locales como provinciales y regionales, entre otros. Asimismo, también se cuenta con 2 focus group, el primero de 9 personas conformado por un rango de edades de 25 a 40 años y el segundo de 10 personas conformado por un rango de edad de 40 a 70 años.

También se hizo un acompañamiento a Pedro López durante una semana, mientras estuvo de alcalde en el 2014, con la finalidad de poder recoger información de primera fuente. Asimismo, se cuenta con información de bases de datos como INFOGOB, noticias periodísticas, entre otras que nos ayudarán a dibujar más el contexto del caso que se quiere investigar.

Por lo tanto, esta investigación es relevante ya que nos permite observar las herramientas que usan las autoridades políticas para mantenerse en el poder en un contexto de donde no hay institucionalización y las organizaciones políticas no son estables. Asimismo, nos permite visibilizar las relaciones de poder entre un alcalde y los ciudadanos, así como las relacionales entre los diferentes niveles de gobierno dentro de una región. Es importante recalcar este último punto ya que también es importante mencionar que esta investigación aborda también una

particularidad y es que toca el caso de la competencia electoral y la rivalidad que se genera trasladando esta disputa a las gestiones de su competencia.

En consecuente, la siguiente investigación consta de 3 capítulos. El primer capítulo busca explicar el marco teórico que envuelve todo el análisis del caso de Pedro López en La Perla. El segundo capítulo va más allá del análisis y comienza por presentar el caso de La Perla y profundiza en el surgimiento de Pedro López como líder político y la construcción de su base social. Finalmente, el tercer capítulo contendrá el análisis de la gestión de Pedro López durante 3 gobiernos seguidos y cómo logra posicionarse como ganador en las elecciones distritales a pesar de tener un contendor con mayores recursos.



CAPÍTULO 1: Estrategias electorales, ambición política de las autoridades
políticas: Un marco de referencia

Es muy común escuchar hablar hoy en día sobre la debilidad de nuestras instituciones políticas y como esto se ve reflejado en todos los niveles de gobierno donde es muy común encontrar que carecen de respaldo social y electoral. Incluso, una investigación de los politólogos Jorge Aragón y José Luis Incio reveló que la tasa de reelección efectiva en el Perú es baja (solo el 16% de presidentes regionales, 17% de alcaldes distritales y el 10% de alcaldes provinciales fueron reelectos en las últimas elecciones).

Para Barrenechea, todos estos problemas vienen asociados directamente con las dificultades que tienen los actores políticos para construir un vínculo de representación entre el Estado con sus ciudadanos. Es así que la responsabilidad recaería en la debilidad de los actores políticos para ejercer la representación a

través de organizaciones políticas consolidadas con estabilidad en el tiempo (2014).

Para poder precisar mejor los argumentos que se expondrán, será importante mencionar que utilizaremos la definición de Mainwaring y Scully (1995) y entendemos estabilidad política como la capacidad de una organización política para mantenerse a lo largo del tiempo de manera competitiva y viable. Y para explicar organización política tomaremos el concepto de Sartori: “organización política identificado por una etiqueta oficial que se presenta a elecciones y puede sacar en elecciones (libres o no) candidatos a cargos públicos” (1980:24).

Por lo tanto, el actor político necesita de una organización política para participar en elecciones y de esta manera poder acceder el poder. Aquí se tomará el mismo supuesto que Barranechea (2014) y Downs (1957) y se sostendrá que el objetivo final de todo político es presentarse en elecciones y ganar para alcanzar el poder con el único fin de mantenerse en el poder a través de una serie de ofertas que le hagan al electorado. Es así que las organizaciones solo van a ser un medio para el actor político.

Para poder lograr su finalidad utilizarán una serie de recursos: reputación asociada a ideas, carisma o trayectoria reconocida en la provisión de bienes públicos y construcción de redes de patronazgo (Hale 2005). Por consiguiente, se buscará aterrizar cada uno de los recursos que los actores utilizan consultando la literatura de Ciencia Política para luego pasar a profundizar en el caso.

1.1. Partidos personalistas

Si bien el actor político necesita de organizaciones políticas consolidadas para poder alcanzar el poder y mantenerse en él, esto en la praxis no funciona de tal manera. La literatura nos muestra que hay grandes debilidades en la formación y constitución de las organizaciones políticas. (Cameron y Levitsky 2003, Tanaka 2005). Lo que ha generado que se le de paso a un fenómeno muy común en nuestro contexto peruano: el personalismo. La organización de esta manera se ha vuelto un “partido cascarón” en términos de Lynch (1999). Es decir, un vehículo que solo les sirve para poder lograr fines que no involucran fortalecer las organizaciones en sí, sino lograr los objetivos del líder.

La definición de personalismo y los elementos básicos que los componen, es muy poco consensuada en la Ciencia Política hoy en día. Sin embargo, Kostadinova y Levitt (2014) nos brindan luces más claras sobre el concepto. Ellos lo definen como el ejercicio de la autoridad creada por individuos basada en el poder personal del líder en vez de una bien estructurada organización programática. Es decir, se basa en dos criterios principales: la presencia de un líder dominante y en una organización que es débilmente institucionalizada.

Esto se ve reflejado, por ejemplo, en el caso que se trabajará en la investigación. Mi Callao es una organización política creada con fines netamente electorales. Si bien sus objetivos en un comienzo eran posicionarse en todo el Callao, lamentablemente, solo pudieron posicionarse en el distrito de La Perla desde el 2002 hasta el 2010. Si analizamos la trayectoria del movimiento

independiente Mi Callao, este comenzó a tener notoriedad gracias a la aparición de Pedro López en La Perla. Su presencia ganó tanta popularidad en el distrito que pudo ganar las elecciones tres veces consecutivas. Esto originó que, rápidamente, la organización se vea eclipsada por la figura de Pedro López convirtiéndose así Mi Callao en una organización personalista.

Por otro lado, el personalismo, además está ligado con una serie de conceptos como el carisma, término ambiguo aún en las Ciencias Sociales. Según Max Weber en *Economy and Society* (1947), carisma es entendido como la cualidad de un individuo donde este es considerado extraordinario y es tratado como dotado con poderes supernaturales o excepcionales. Es decir, no cualquier persona ordinaria podía tener estas particularidades. No obstante, recientes estudios brindan definiciones más adecuadas para esta investigación. Merolla y Zechmeister (2009), lo definen como un conjunto de cualidades de liderazgo percibido por otros. Estas cualidades pueden ser: inspiración, entusiasmo, empatía entre otros. Por lo tanto, el carisma se puede medir a través de estos atributos.

Es el carisma, por lo tanto, lo que ayudará a formar el vínculo entre los líderes, la organización o partido, y los ciudadanos (Kitschelt 2000, Lawson 1980, Roberts 2002). De esta manera, estos líderes tratarán de movilizar a los ciudadanos motivándolos convirtiéndolos en sus seguidores y quizás muchas veces manejándolos con incentivos. Otros estudiosos del tema han propuesto, además que estos actores políticos surgen en momentos de crisis, apareciendo como héroes o salvadores de la situación. Tal como el caso de La Perla, donde

Pedro López surge ganador como respuesta a un gobierno fallido de Chim Pum Callao¹ en el 2002. A partir de este momento, Pedro López comenzará a utilizar todos sus recursos para poder mantenerse en el poder.

Hay que mencionar también, que si bien todo liderazgo carismático es personalista, no todo personalismo es necesariamente carismático. Los líderes personalistas, muchas veces, no necesitan exhibir algún recurso extraordinario como el carisma. Este puede basarse en clientelismo, patronazgo o en una ideología (Ansell y Fish 1999). Este es el caso de Chim Pum Callao, organización que lleva años consolidada en esta región, tanto en los distritos y la provincia. Como se sabe la estrategia que usan sus líderes es clientelar. Brindan una serie de regalos en época electoral: cajas de fósforos, papas, pescado, conciertos gratis, entre otros.

Otra variable que se ve asociada al carisma es el populismo. Este a la vez contiene 3 tipos de populismo: el populismo estructural que enfatiza la lucha de clases, el populismo económico que se centra en las políticas contra la pobreza, el populismo discursivo centrado en el uso de las palabras y las ideas, y el populismo político basado en el liderazgo y organización. Entenderemos populismo como la estrategia política que el líder utiliza basado en el directo e inmediato apoyo no institucional a una gran cantidad de ciudadanos (Weyland 2001).

¹ Movimiento Político Independiente Regional con mayor trayectoria en el Callao que es capaz de ganar en todos los niveles de gobierno. En La Perla, sin embargo, no pudo ganar las elecciones en el 2002 ya que al final de su gobierno comenzaron a circular denuncias de corrupción sobre la gestión saliente lo que desprestigió no solo la imagen de Victor Albrecht sino también a Chim Pum Callao.

Otros expertos identifican como característica de las organizaciones políticas populistas, la presencia de líderes con influencia en los ciudadanos. Incluso a veces, estos surgen como *outsiders* que buscan el poder complaciendo a las personas o salvándolas las elites corruptas (Barr 2009). Estos líderes populistas, además, tienen ventaja ya que hablan directamente con las personas con poco o nada de mediación institucional. Tal como el caso de La Perla con Pedro López quien a pesar de ser alcalde del distrito, mayormente se le puede encontrar en su casa atendiendo a los ciudadanos que se acercan a buscarlo para solicitar pequeños favores como aceleración de un trámite, buscar empleo, entre otros.

Por lo tanto, estas teorías nos servirán para poder fundamentar mejor el caso en cuestión. Nos brindarán un marco clave sobre el comportamiento del líder y su ambición política por querer obtener el poder y luego pasar a buscar mantenerlo.

1.2. Clientelismo político

Si bien aún es muy difícil en las Ciencias Sociales, llegar a un consenso sobre la definición de clientelismo, Kitschelt (2008) llega a un mejor consenso sobre la definición. Este lo entiende como el intercambio entre un patrón y un cliente en donde el primero otorga un bien al segundo a fin de asegurar su lealtad. Si hablamos de un clientelismo político, siempre se dará el regalo a cambio de un voto con el fin de ganar elecciones.

En un principio el clientelismo era visto como un intercambio político duradero, una negociación cara a cara, con carácter jerárquico, asimétrico y basado en un cimiento normativo entre los patrones y clientes del intercambio. Sin embargo, el clientelismo evoluciona según el contexto en donde se desarrolla por lo que la definición fue variando constantemente (Kitschelt y Wilkinson 2008). En ese sentido, los patrones particulares que nuestras realidades latinoamericanas ofrecen para el análisis brindarían más de un tipo de clientelismo.

Según la literatura hay tres tipos de clientelismo: el clientelismo de maquinarias, el clientelismo electoral y el clientelismo burocrático. El primer tipo de clientelismo podría ser considerado como el clientelismo más extendido hoy en día en las realidades latinoamericanas. Este cuenta con la existencia de un actor fundamental para que el proceso de intercambio funcione, el *broker*. Estos actores son los tienen a su merced una maquinaria clientelar lista a ser usada. Auyero (2012) quien ha trabajado el caso de Argentina, argumenta que los *brokers* son aquellas personas a quienes los clientes acuden a la búsqueda de favores a cambio de sus votos para el político a quienes sirven los *brokers*. Esta relación genera gratitud del parte del cliente hacia el patrón lo que genera una relación estable y a largo plazo, según el autor.

Muñoz (2012), quien ha trabajado el caso peruano argumenta que la situación es muy diferente a la de Argentina. La desarticulación no sólo del sistema de partidos sino también de las organizaciones de la sociedad civil no permite la aparición de *brokers* estables y continuos, los cuales sean leales al

líder de turno. Evidencia preliminar nos dice por lo tanto que el clientelismo de maquinarias no es extendido, pero que puede existir de manera aislada.

El clientelismo electoral, por otro lado, puede ser definido como “una estrategia que los partidos usan para conseguir votos, entregando bienes o haciendo favores personalizados a individuos que son detectados exclusivamente porque es probable que paguen el favor votando por el partido del cual han recibido el bien” (Brusco, Nazareno y Stokes 2004: 248). Este sería un clientelismo que desarrolla una relación mucho más pragmática entre el patrón y el cliente, un vínculo de reciprocidad más débil que el primero, pero que no deja de generar incentivos particulares en uno u otro bando de la relación. Además, se debe tener en cuenta que este tipo de clientelismo se da exclusivamente en periodo electoral.

Si aterrizamos lo argumentado anteriormente, nos daremos cuenta que en Perú por lo tanto, los patrones no tienen la capacidad de generar fuertes vínculos o generar una reciprocidad con el cliente ya que las organizaciones políticas son casi inexistentes en nuestro contexto político. Es así que Muñoz (2012) argumenta que la estrategia muchas veces se redirige y se enfoca en aumentar la visibilidad del candidato que está en busca de votos a fin de “ponerlo en carrera”. Ahora, si nos concentramos en un contexto como el del caso que analizamos donde la reelección está permitida, lo más probable es que el candidato ya sea conocido, por lo que la estrategia estará dirigida a consolidar la imagen del incumbente antes que visibilizarlo. La idea de la consolidación de una imagen permite explicar mejor una estabilidad política.

Este tipo de clientelismo calza perfectamente en un escenario electoral típico del distrito de La Perla. Como se sabe Chim Pum Callao cuenta con los recursos suficientes para invertir en diversos bienes que le permita mantener la presencia predominante desde que se fundaron como movimiento independiente en el Callao, a pesar de no haber ganado una elección en este distrito desde el 2002. Por otro lado, se encuentra Mi Callao que a diferencia, del movimiento anterior, no tiene tantos recursos, sin embargo, cuenta con una ventaja: se ha mantenido en el poder con Pedro López desde el 2002.

Por último, un último concepto que se va a usar es el del clientelismo burocrático. Este es el establecimiento de una relación de reciprocidad a partir del ofrecimiento de bienes monopólicos que solo un gobernante puede ofrecer debido a su acceso a los recursos estatales (patrón) hacia el cliente. Este concepto se asocia al concepto de la literatura norteamericana del *pork-barrel*, es decir, la focalización de recursos públicos hacia una circunscripción electoral específica debido a las acciones tomadas por los congresistas (Canon 2012).

En el caso de Mi Callao con Pedro López, se pudo detectar el uso de mecanismos formales tales como brindar de licencias de funcionamiento, brindar trabajo en la municipalidad, entre otras; las cuales son monopolio de la municipalidad y pueden ser usadas para ganar favores de grupos específicos de la población: los más pobres. Este tipo de clientelismo tendría una intensidad fuerte en cuanto a reciprocidad, ya que los incentivos del cliente para no quebrar esta relación son altos. Y, por ende, sería un gran factor explicativo de la estabilidad política.

Para englobar la multiplicidad de conceptos sobre clientelismo utilizadas en este apartado, debemos entender el contexto en donde estas prácticas pueden ser utilizadas. Juan Pablo Luna comenta que los patrones de representación de los partidos políticos no se dan de manera unitaria a lo largo de todo el territorio, sino que dependiendo del tipo de electorado con el que se cuente, se pueden establecer distintos tipos de representación (2012). La idea central, por ende es que un actor político puede practicar distintas estrategias para generar determinados vínculos de representación con su electorado. Esto es lo que Luna llama representación segmentada: la capacidad de analizar la posibilidad de que los actores políticos definan diversas estrategias dependiendo de ciertas características del electorado.

Por lo que en la presente investigación tomará lo argumentado por Luna para tratar de entender cuáles son las estrategias que se usan en el caso de La Perla para poder lograr mantener el poder.

1.3. El Incumbente

El estudio sobre los determinantes del voto que obtiene un candidato a diversos cargos de elección ha sido de interés recurrente en la literatura sobre comportamiento electoral. El querer explicar cuáles son los determinantes del apoyo electoral a un grupo particular de candidatos: los incumbentes.

Para comenzar explicar las implicancias de ser un incumbente, partiremos explicando que se denomina incumbentes a los candidatos que se presentan a la reelección de manera consecutiva. En otras palabras, son aquellos candidatos

que, mientras continúan ejerciendo un cargo de elección popular, participan nuevamente de la competencia electoral para renovar su presencia en el mismo cargo. Como mencionan Córdova e Incio (2013), estos candidatos concentrarían una serie de privilegios que les permiten participar en las elecciones en condiciones más favorables que el resto de participantes, lo cual podría significar una victoria final.

La relación entre incumbencia y éxito electoral ha sido ampliamente estudiada en el contexto norteamericano, tanto para las elecciones nacionales congresales como subnacionales. Es así que los resultados evidenciaron una clara ventaja para los incumbentes (Abramowitz 1991; Lee 2001; Trounstone 2011). No obstante, una tendencia reciente dentro de la academia ha desarrollado estudios del mismo fenómeno en contextos caracterizados por la baja institucionalización del sistema de partidos y la alta volatilidad de las preferencias electorales, tales como la India y Brasil (Uppal 2005; Linden 2004), que muestran conclusiones opuestas: la incumbencia sería una desventaja para los candidatos que van a la reelección.

Precisamente, el Perú se inserta dentro del segundo grupo de casos. El trabajo de Córdova e Incio (2013) es una primera aproximación al estudio de la ventaja del incumbente para el caso peruano, en el nivel provincial y distrital de gobierno. Mediante la formulación de modelos de regresión binaria, los autores encuentran una consistente desventaja para los incumbentes a nivel subnacional. No obstante, importa resaltar que los resultados del estudio también revelan una marcada diferencia para el grupo de incumbentes exitosos, quienes mantienen márgenes de ventaja electoral. Es en este ámbito donde nuestro caso encaja

perfectamente. ¿Cómo usa esta ventaja? Es lo que se tratará de resolver en los siguientes capítulos.

En conclusión, tanto el personalismo como el clientelismo y la incumbencia nos pueden dar luces del caso de La Perla, ¿cómo así en la práctica tienen tanto éxito que logran que un líder político pueda reelegirse tres veces consecutivas?

Además, el caso se ve afectado por la presencia de otro actor: Chim Pum Callao. Como ya se ha mencionado anteriormente, esta es una organización política de mucha trayectoria, fue creada en 1995, y poder ya que está presente en todos los niveles de gobierno de la región del Callao. Se sabe que cuenta con los recursos suficientes para poder ganar fácilmente una elección distrital, sin embargo, en La Perla no pudo posicionarse desde el 2002 al 2014.

Mi Callao, por el contrario, es una organización pequeña a comparación de Chim Pum Callao pero gana elecciones. ¿Cómo logra ganarle a un movimiento Pedro López a Chim Pum Callao si es claramente una competencia de poderes desiguales? ¿Tener a una organización tan poderosa como competidor directo le da una ventaja a una organización tan pequeña como Mi Callao? Todas estas preguntas que nos surgen se tratarán de resolver en los capítulos siguientes.

CAPÍTULO 2: La Perla del Callao, un distrito atípico

La Perla es el distrito perteneciente a la Provincia Constitucional del Callao junto con otros 5: Carmen de la Legua y Reynoso, Bellavista, La Perla, Mi Perú², Ventanilla y Callao (Cercado). La provincia en sí presenta una serie de particularidades que son dignas de resaltar. Esta cuenta con el primer y más importante puerto de la ciudad de Lima que congrega las mayores infraestructuras portuarias e industriales del país. Además tiene el aeropuerto más importante: el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez. Además, la división política del Callao es distinta a las demás regiones ya que tiene bajo su jurisdicción tanto al gobierno regional como al gobierno provincial desde el gobierno de Toledo con la Ley de Bases de la Descentralización N°27783.

Otra particularidad del Callao es que tiene un movimiento político que ha sabido mantenerse en un contexto adverso donde por lo general las organizaciones son muy volátiles. Es decir, no son capaces de mantenerse más

² Distrito de creación reciente tras la promulgación de la Ley N° 30197 el 17 de mayo de 2014.

de dos elecciones seguidas. Esto es lo que Seifert (2014) llama volatilidad partidaria, pequeñas células que nacen y se activan solo en elecciones, sin embargo, no sobreviven a estas.

En esa misma línea Seifert, desarrolla el indicador de volatilidad donde encuentra que nivel regional hay un promedio de 63.18% del 2002 al 2006. En otras palabras, aproximadamente, solo un 36.82% de las organizaciones se mantuvieron constantes. Del 2006 al 2010, se sigue encontrando un alto índice de volatilidad con un 67.95% aproximadamente.

Si utilizamos este indicador en el departamento del Callao encontramos que del 2002 al 2006 hay un 71.43% y del 2006 al 2010 un 75%. Esto nos muestra que en el Callao, también, las organizaciones son altamente volátiles. No obstante, Chim Pum Callao ha sabido posicionarse poco a poco en todo el Callao. Tiene alcaldes elegidos en distritos tanto en la provincia como en la región. Incluso, se podría afirmar que una de las razones por la que ninguna organización política ha logrado sobrevivir a las elecciones subnacionales es debido a que ser competidor de Chim Pum Callao requiere de mucha capacidad y recursos.

Es prescindible, además, mencionar que el nombre “Chim Pum Callao” que identifica a esta organización, está muy ligado a la identidad de toda la población chalaca. Es así que en este capítulo se buscará, por lo tanto, perfilar el caso que se trabajará. Se presentará al distrito de La Perla junto con todas sus particularidades para luego explicar la presencia de estos dos grandes actores políticos y rivales. Se espera que con esta información se pueda saber en qué

contexto surge Pedro López y que originó que su figura sea tan predominante y tenga tanto seguidores.

2.1. El distrito de La Perla

Este distrito cuenta con una población total de 68, 061 habitantes de los cuales según el informe del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) llamado: “Aproximación al Índice de Desarrollo Humano a Escala Distrital”, el Índice de Desarrollo Humano de La Perla a comparación a otros distritos tiene un nivel medio-mediano de 0,64 (esto se puede observar en el cuadro 1). Esto quiere decir que según estos indicadores, La Perla tendría el nivel más bajo en todo el Callao.

Por otro lado, en el mismo informe se encuentra el porcentaje de población alfabetizada, el porcentaje de matriculados en secundaria, el porcentaje del logro educativo y finalmente, el ingreso familiar per cápita donde La Perla, se volvería a posicionar nuevamente en los niveles más bajos de todo el departamento del Callao.

Cuadro 1

	IDH		Alfabetismo		Matriculación secundaria		Logro educativo		Ingreso familiar per cápita	
	IDH	Ranking	%	Ranking	%	Ranking	%	Ranking	Soles/mes	Ranking
Callao (cercado)	0.68	42	97	56	90.9	539	92.9	296	650.9	27
Bellavista	0.71	14	98.5	18	98.5	93	98.5	11	771.7	18
Carmen de la Legua Reynoso	0.68	34	96.2	90	94.7	362	95.2	177	627.6	33
La Perla	0.64	150	98.5	15	65.4	1212	76.5	963	779.7	15
La Punta	0.72	11	99.1	3	91.2	524	93.8	240	887.5	8
Ventanilla	0.68	40	96.0	29	98.8	78	98.5	10	542.3	103

Fuente: PNUD

Respecto a los niveles socioeconómicos, según investigaciones hechas por APOYO Opinión y Mercado, la población de La Perla se encuentra entre los niveles B, C, D y E. Además, se puede observar que en los niveles B y D habrá mayor concentración.

Cuadro 2

Distritos	Nivel A	Nivel B	Nivel C	Nivel D	Nivel E
Cercado del Callao	0.1	6.9	53.1	27.9	12.0
Ventanilla	0.0	3.6	24.0	30.7	41.8
Bellavista	0.0	64.8	34.2	1.1	0.0
La Perla	0.0	46.2	46.9	5.1	1.8
Carmen de la Legua	0.0	15.3	72.9	11.8	0.0
La Punta	0.0	87.5	10.0	2.5	0.0

Fuente: PNUD

Asimismo, aunque no hay indicadores a nivel distrital, se cuenta con información a nivel provincial donde el Callao es considerada la tercera ciudad más peligrosa del Perú según el Informe de Ciudad Nuestra del 2012. Es decir, a pesar del alto crecimiento que tiene Callao, no se ha podido solucionar los problemas de urbanización o seguridad cosa que mella el crecimiento de manera significativa. La Perla, por lo tanto, también será incluida como una de las ciudades peligrosas junto con todos los demás distritos del Callao.

Con todas estas particularidades que tiene La Perla, un actor político que pudo canalizar las demandas y lo llevó al poder por un gran periodo de tiempo fue la organización Chim Pum Callao. Tras el surgimiento de este movimiento independiente, supieron posicionarse estratégicamente en todos los distritos del Callao y La Perla no fue la excepción. Ganaron las elecciones de 1995 con

Guillermo Sánchez y en 1998 con Victor Albrecht. No obstante, pierden las siguientes elecciones debido a los diversos rumores sobre corrupción que comenzarán a surgir en todo el Callao.

En la entrevista que se tuvo con Victor Albrecht ex alcalde de La Perla con Chim Pum Callao, comentó que debido a que la organización estaba gozando de gran popularidad y además de éxito, las organizaciones contrarias comenzaron a especular sobre los recursos del movimiento, sobre la administración de las municipalidades, etc. Construyendo a partir de ese momento una mala imagen a Chim Pum Callao, imagen que lo ha acompañado hasta la actualidad

Cuadro 3

Distritos	2002	2006	2010
Carmen de la Legua Reynoso	Movimiento Político Independiente “Chim Pum Callao”	Movimiento Político Independiente “Chim Pum Callao”	ADUANEC
Bellavista	Movimiento Político Independiente “Chim Pum Callao”	Movimiento Político Independiente “Chim Pum Callao”	Movimiento Político Independiente “Chim Pum Callao”
La Perla	Movimiento Independiente Callao “Mi Callao”	Movimiento Independiente Callao “Mi Callao”	Movimiento Independiente Callao “Mi Callao”
La Punta	Movimiento “Viva la Punta”	Agrupación Independiente Viva la Punta	Movimiento Político Independiente “Chim Pum Callao”
Ventanilla	Partido Aprista Peruano	Movimiento Político Independiente “Chim Pum Callao”	Movimiento Político Independiente “Chim Pum Callao”
Callao	Movimiento Político Independiente “Chim Pum Callao”	Movimiento Político Independiente “Chim Pum Callao”	Movimiento Político Independiente “Chim Pum Callao”
* Mi Perú			

Fuente: InfoGob

Múltiples fueron los movimientos que quisieron usar a su favor la imagen negativa que tenía Chim Pum Callao. Sin embargo, la única organización que logró hacer esto fue Mi Callao. Cuando este movimiento llega a la palestra con Pedro López, logran capitalizar toda la masa electoral descontenta de Chim Pum Callao. Desde ese momento, el movimiento Mi Callao logra posicionarse solo en el distrito de La Perla durante tres gobiernos seguidos (revisar cuadro 3).

Por lo tanto, se puede observar que con todas estas características los pobladores del distrito perleño han tenido una serie de demandas que aparentemente solo han sido atendidas por Pedro López ya que los ciudadanos lo “premian” eligiéndolo tres veces alcalde.

En el focus group que se realizó se pudo, además, encontrar que la mayoría resaltaba la necesidad de cambiar la imagen del distrito. Como se mencionó en los indicadores anteriores, si bien hay población en pobreza y pobreza extrema, también hay población de clase media que se ve afectada por la mala reputación que tiene el distrito al igual que toda la provincia debido a la inseguridad ciudadana. Por lo que al ver a Lima crecer y modernizarse, ellos también buscaban un alcalde que pueda renovar La Perla.

De esta manera, aparece Pedro López, buscando dar respuesta a lo que los ciudadanos demandaban. No obstante, hay que mencionar que Chim Pum Callao a pesar no ganar elecciones desde el 2002, no perderá notoriedad. Todo lo contrario, comenzará a buscar la mejor estrategia para volver al distrito. Por lo que se convertirá en una lucha de las organizaciones políticas más importante.

A continuación se procederá a explicar más a profundidad a estos dos actores políticos predominantes en el distrito. De esta manera se comenzará el análisis de la investigación con la finalidad de dar respuesta a la pregunta central de la investigación sobre las estrategias electorales que tienen más éxito en La Perla.

2.2. Chim Pum Callao, la gran maquinaria del Callao

Tras el impacto que tuvo la presencia de Fujimori y el autogolpe que se dio el 5 de abril de 1992, trajo como consecuencia, según muchos académicos, el colapso del sistema de partidos. A partir de ese momento para Levitsky y Cameron (2003) se tuvo una “democracia sin partidos”. El sistema, además, mostró una polarización extrema junto a una hiperinflación económica, terrorismo y mal desempeño de los dos gobiernos anteriores representados por Acción Popular y el APRA. Esto incrementaría la mala imagen de las organizaciones políticas. Es así que Fujimori adopta un discurso antipartidos que caló rápidamente en la población y se extendió a las instituciones democráticas en general.

Desde ese momento, los sistemas de partidos subnacionales peruanos se caracterizarán por su pluralismo extremo con altos índices de volatilidad electoral, fragilidad institucional y fragmentación. Sin embargo, lo interesante es que en el caso del Callao sucedió algo bastante distinto. Tras el debilitamiento y desprestigio de los partidos tradicionales, se abrirá el espacio para que una nueva organización política surja: Chim Pum Callao. Este movimiento surgirá como una

poderosa fuerza electoral que va a reestructurar la naturaleza del sistema de partidos chalaco en todos sus niveles ya sean distritales, provinciales y regionales.

Esta organización independiente fue fundada en 1995 por Alex Kouri Bumachar y rápidamente comienza a cosechar victorias. Ganan la alcaldía provincial con el 57,9% de los votos. Este movimiento entró con tanta fuerza que sacó una ventaja de 21 puntos porcentuales a su competidor más cercano, el movimiento fujimorista Cambio 90/ Nueva Mayoría.

Este logro se repetirá en las elecciones de 1998, por lo que Kouri volverá a ser reelecto. Ese mismo año en el ámbito distrital, este movimiento logra ganar cuatro de las cinco alcaldías distritales, mientras que el renovado movimiento fujimorista Vamos Vecino solo obtiene la municipalidad de Ventanilla y con pocos puntos de diferencia con el candidato de Chim Pum Callao: Juan López.

Tras la caída del régimen fujimorista en el año 2000, los partidos políticos tradicionales vuelven a surgir en la escena electoral nacional y subnacional con gran expectativa. Se esperaba como afirma Vergara (2009) que luego de diez años de destierro estos emerjan con fuerza, sin embargo no ocurrió. Las organizaciones subnacionales son las que terminan obteniendo mejores resultados. Chim Pum Callao, por consiguiente, logrará posicionarse y seguirá manteniendo su estatus de principal fuerza política en todos los niveles de Callao.

Es así que Alex Kouri vuelve a ser electo por tercera vez consecutiva en el cargo durante las elecciones del 2002. Respecto a las elecciones municipales,

ese mismo año, en Bellavista y Carmen de la Legua, logran ser ganadores por vez consecutiva. Sin embargo, en La Perla, La Perla y Ventanilla pierden notoriamente por movimientos pequeños que lograron tener más éxito. Luego, con las reformas que se realizaron en el gobierno de Toledo y las elecciones que se generaron a raíz de la descentralización, el partido Perú Posible logra vencer a Chim Pum Callao en las elecciones regionales.

En el año 2006, no obstante, logran ganar las elecciones regionales y provinciales gracias a la gran popularidad de Alex Kouri y del movimiento, por lo que era claro que poco a poco esta organización se estaba convirtiendo en un actor estable en el Callao.

En el ámbito distrital también lograron posicionarse, ganando nuevamente las elecciones de los distritos de Bellavista, Carmen de la Legua y Ventanilla. Sin embargo, en La Perla y La Punta pierden, siendo estos los únicos distritos donde se les dificultará obtener la victoria.

En las elecciones provinciales y regionales del 2010 la victoria, una vez más, fue de Chim Pum Callao. También mostrarán el mismo éxito para las elecciones distritales de Bellavista, Ventanilla, además que logran salir ganadores en La Punta a pesar de años de no lograr ganar una elección en ese distrito. No obstante, en Carmen de la Legua perderá su hegemonía y en La Perla no la podrá aun recuperar.

Como se observa, el Movimiento Independiente Chim Pum Callao, romperá los esquemas y logrará construir una estructura política poderosa y estable con

una militancia activa en el Callao. Gracias a ello, se convertirá en pocos años en la más importante y representativa fuerza política chalaca de todos los tiempos, capaz de ganar elecciones en todos los niveles de gobierno dentro del Callao.

De esta manera, Chim Pum logra llegar a la palestra debido a que se vuelve una alternativa viable ante el descontento de la masa votante chalaca que se separa de los partidos tradicionales peruanos. Estos que son percibidos como organizaciones lejanas al pueblo chalaco quedan relegados ante la llegada de este movimiento cuyo nombre implica identidad para la mayoría de chalacos: Chim Pum Callao³. El llamar a esta organización, con la frase característica de la zona marcaba claramente un sentido de identidad con el movimiento pero distancia con las demás organizaciones.

Gracias a que supieron aprovechar, por lo tanto, de esta oportunidad, a partir de ese momento comenzarán a buscar estrategias para mantenerse en el poder. Rojas e Iturrizaga sabrán explicar claramente cuáles fueron sus herramientas: el clientelismo.

Este movimiento una vez que logra ganar elecciones, comienza a tener poco a poco pequeños locales del partido donde delegados de la organización se encargaban de nexo entre el partido y los ciudadanos. Utilizarán por lo tanto, redes clientelares que generan grandes adeptos al movimiento.

Estos lugares, se caracterizarán por brindar ciertos bienes en épocas electorales. No faltan los famosos conciertos de salsa gratuitos, grandes

³ ¡Chim Pum Callao! es una frase popular que utiliza el pueblo chalaco para llamar al júbilo.

camiones de comida en los mercados regalando víveres, ferias móviles de salud, entre otros.

De esta manera, lograron posicionarse en el Callao ya que brindan un bien a cambio de un voto. Es importante mencionar que las personas que funcionarán como brokers serán personas claves en la organización; según Rojas en su tesis *Fiesta y regalo: los vínculos clientelares y la maquinaria política de Chim Pum Callao*, generalmente son madres de familia de las zonas más pobres de los distritos. Ellas serán por lo tanto la bisagra que mantendrá el nexo entre el movimiento, su masa votante y la municipalidad.

A partir de ello, Chim Pum Callao comenzará a trabajar en su imagen y en ciertos puntos característicos que tendrán como finalidad mantenerlos presente en el inconsciente colectivo. Primero, adoptarán un color verde que los identificará tanto para campañas electorales como a las gestiones donde Chim Pum Callao ha ganado. Es así que tanto los logos como insignias del movimiento y publicidad de la municipalidad tendrá este color. Asimismo, cuenta con canciones características que por lo general son repetidas constantemente en campañas de salud, campañas de comida, entre otros.

De esta manera, el movimiento regional Chim Pum Callao ha logrado ser más que una organización personalista y se ha constituido y consolidado a través del tiempo en un contexto agreste donde los movimientos tienen un corto periodo de duración. Si bien han usado estrategias clientelares para poder mantenerse en

vigencia, estas han sido muy exitosas y han logrado lo que muchos partidos o movimientos no han podido: estabilidad en el poder.

A pesar de todo, no han podido establecerse en el distrito de La Perla. Están presentes en todos los niveles de gobierno: regional, provincial, sin embargo, en el ámbito de los distritos, les ha sido muy difícil ganar una elección en La Perla aunque no por ello han dejado de postular. Desde el 2002 hasta el 2014 siempre quedaban segundos en las elecciones distritales por lo que no podemos negar su notoriedad.

Entonces, este actor se vuelve significativo para el análisis de esta investigación ya que si este movimiento era tan poderoso y gozaba de mucha popularidad, ¿Por qué no pudo ganar una elección en La Perla? La respuesta a esta pregunta a la vez nos ayudaría a responder la pregunta central de la tesis: ¿Cuáles son las estrategias electorales que Pedro López utilizó para ganar en las elecciones distritales de La Perla 2006 y 2010?

2.3. El surgimiento de Pedro López

Tras la salida de Victor Albrecht en La Perla, una serie de críticas a la gestión saliente como a Chim Pum Callao no se hicieron esperar. El mismo ex alcalde contará en una entrevista que los ataques comenzaron a crecer debido a que anuncia su postulación para continuar con la gestión de La Perla. Asimismo, hay que tomar en cuenta que debido al éxito del movimiento, muchas organizaciones van a surgir con la finalidad de poderle quitar presencia en el Callao.

Es en este contexto en el que surge el Movimiento Regional Mi Callao con Pedro López como fundador. Conversando con él, nos comentó que su finalidad era poder hacer el cambio en el Callao. Sentían que Chim Pum Callao se había vuelto el remedio inevitable, es decir, que muchos de los pobladores votaban por Chim Pum Callao porque no había otra opción viable. Por lo mismo, abusaban de su poder y no ejecutaban todas las promesas electorales que estos hacían.

Oblitas, otro fundador del Mi Callao nos dirá, además, que de alguna u otra manera se habían inspirado en la conquista que poco a poco había logrado Chim Pum Callao. Si esta organización había logrado tanto en un periodo corto de tiempo, ellos sentían que estaban en la capacidad para lograr lo mismo. Ellos, contaban además con una pieza clave: Pedro López.

Esta figura carismática es un abogado de profesión. No obstante, quiso ser sacerdote en una oportunidad. Esto es importante señalar ya que aún sigue siendo un hombre muy religioso, hecho resaltante para la mayoría de perleños. Al trabajar el focus grupo este punto en específico fue marcado en diversas ocasiones. Muchos de ellos, hacían notar que el trato amable del alcalde siempre tenía un “hermanito” “hermanita” “que Dios te bendiga” entre otros, cosa que para muchos era significativo. El hecho que Pedro López los trate con tanta familiaridad para los integrantes del focus group era crucial ya que a pesar que era alcalde había horizontalidad en todo momento.

En el 2002 al postularse como alcalde será muy consiente que tenía muy pocas posibilidades. No contaban con tantos recursos según palabra de Oblitas,

además competirían con Chim Pum Callao, actor con más experiencia y éxito en el campo. Sin embargo, supieron todas estas limitantes a su favor. Reconocieron a Chim Pum Callao como un claro adversario político y se presentaron a las elecciones como la nueva alternativa dentro de un contexto monopolizado y lleno de denuncias de corrupción.

En el focus group salió a relucir que tras la construcción del Ovalo de La Perla del gobierno saliente de Chim Pum Callao, salieron a la luz una serie de denuncias indicando que había una serie de malversaciones de fondos públicos. “Recuerdo que se rumoreaba que la construcción del ovalo había sido todo un raterio pero como siempre, no se pudo comprobar nada y nunca hubo una denuncia formal” (Jorge, participante del focus group).

Es así que este movimiento usa la figura carismática de Pedro López y lo comienza a publicitar como el héroe, el indicado o el elegido para llevar a La Perla al progreso y de esta manera, votar a los corruptos. Debido a que esta oportunidad solo se dio en La Perla, en los demás distritos donde se postuló no tuvo una participación significativa.

Al conversar con Pedro López, él nos indicó que todo le hacía parecer que no iba a ganar las elecciones en el 2002. Sin embargo, al llegar al poder supo inmediatamente que si quería quedarse más de un gobierno, este debería tomar otro tipo de estrategias pues en sus palabras “esta era de esas únicas oportunidades en la vida”. Al llegar al gobierno, este líder carismático rompe con la figura tradicional del alcalde. “[...] a Pedro lo podías encontrar en plazas,

tiendas, caminando por todos lados y no era sobrado. Se te acercaba te saludaba, siempre tenía un „que Dios te bendiga” (Carmen, integrante de focus group) Es decir, rompió con la imagen de un alcalde sentado en la municipalidad atendiendo sus deberes. Este era uno que caminaba, se acercaba a su población, los escuchaba, trataba con ellos y en la medida que podía les brindaba apoyo.

Esta característica por lo visto es muy común hoy en día. En la tesis de Caballero que trata el caso de Los Olivos se nos cuenta el surgimiento del líder Felipe Castillo. Esta figura al igual que Pedro López es muy cercana a su pueblo. Este personaje tratará directamente con los ciudadanos. Se moverá entre lo formal y lo informal con tal de mantener a su masa de votantes contentos. Lo mismo sucederá en el caso de Pedro López.

Tanto va a ser su horizontalidad que este muchas veces buscará atender a las personas en su casa en vez que la municipalidad distrital. Por lo que de esta manera marcará una práctica, hasta ese momento desconocida en el distrito lo que le generó bastante popularidad y un gran posicionamiento estratégico político.

Asimismo, es importante retomar el discurso con el que llega Pedro al distrito. Como mencionó líneas atrás, esta figura llega asegurando que tiene la “receta” para la salvación del perverso enemigo Chim Pum Callao. Al establecer esta estrategia creará una enemistad que dura hasta la actualidad.

Si bien ambos movimientos eran totalmente diferentes (en capacidad, recursos, poder de convocatoria) y Mi Callao tenía mucho más que perder, al

atacar directamente a Chim Pum Callao y este al responderle, lo reconoce como un igual. Patricia Chirinoz, actual alcalde de La Perla lo reconoce:

“Nos sentimos bastante atacados al comienzo, Mi Callao definitivamente vino con todo. Si pues, cometimos varios errores. Uno de ellos es habernos dedicado a responderle cada uno de los ataques a López pues de ser un movimiento que nadie conocía, paso a hacerse conocido de la noche a la mañana.”

Sin embargo, no abandonaron el discurso una vez Pedro López llega al gobierno distrital. Todo lo contrario, comienza a institucionalizar, prácticamente, el discurso ya que como gobierno distrital, este tenía reuniones con el gobierno provincial, regional u otros distritos y la mayoría pertenecían a su declarado enemigo. “A partir que me senté en el sillón municipal, fue muy difícil gobernar. Tenía en todo momento en contra al Gobierno Regional y Provincial. Me ponían numerosas trabas que con el tiempo aprendí a sacarme de encima.” (Entrevista a Pedro López).

Hay que hacer notar, además, que prácticamente el movimiento Mi Callao pasa a ser eclipsado por la figura de Pedro López. Ya que no lograban presencia alguna en otro distrito o en los diferentes niveles de gobierno, Pedro se volvió su única figura importante. Y éste es el que tuvo que cargar con todo el peso de lo que implica tener como adversario a Chim Pum Callao.

Cuando se trabajó el focus group se buscó saber cuál era su percepción respecto por qué no había podido ganar elecciones este grupo tan grande como Chim Pum. Muchos resaltaron que la imagen de Pedro López les atrajo más.

“Pedro se veía bien honesto, con ganas de trabajar para el pueblo y eso se notó en su primera gestión” “Pedrito se veía como la cenicienta. Se notaba que no contaban con tantos recursos, se preocupó en conocer a su pueblo, no regalaba nada como los de Chim Pum” “Se le ve un hombre con muchos valores y además, religioso, se le ve más limpio que todos los que se postulan en La Perla”. (Comentarios del focus group)

Dos valores que serán resaltados en este focus group, por los participantes, es la honestidad y la sencillez. Lo primero es un asunto que estaba a flor de piel luego del final del gobierno de Fujimori en el 2,000 y lo segundo representa una tendencia en muchos sectores de identificarse con el débil y no tanto con el poderoso.

Por lo tanto, de esta manera Pedro López termina constituyéndose en el poder tres periodos seguidos. Termina ganándole a la gran red clientelar tres veces consecutivas a pesar de no contar con una organización tan institucionalizada o fuerte, no contar con recursos y no tener experiencia. No obstante, es importante profundizar más el periodo de gestión ya que las expectativas, según el focus, fueron grandes, es importante saber cómo se manejó esto en la gestión.

En conclusión, podemos afirmar hasta en este segundo capítulo que La Perla debido a sus particularidades es un distrito con muchas demandas. Los indicadores que se mostraron nos dan cuenta que este es el distrito con menor progreso en toda La Perla. Entonces, una organización política que sepa dirigir estas variables a su beneficio, puede resultar fácilmente elegido.

Chim Pum Callao lo supo aprovechar en su momento. Este movimiento regional que ha sabido marcar la diferencia en un sistema de partidos volátil con

escasa tasa de reelección, supo posicionarse estratégicamente y ganar elecciones tanto regionales, provinciales o locales. Si bien sus métodos para seguir en el poder son informales, de alguna u otra manera le ha traído estabilidad al gobierno del Callao.

No obstante, debido a la mala imagen que va a surgir debido a las muchas acusaciones de corrupción, perderá credibilidad. Esto genera que pierda elecciones en distritos donde fácilmente ganaba, uno de ellos La Perla. Si bien esta no es una causa directa. Influyo de sobre manera ya que al mismo tiempo surgió el Movimiento Mi Callao con su figura emblemática: Pedro López.

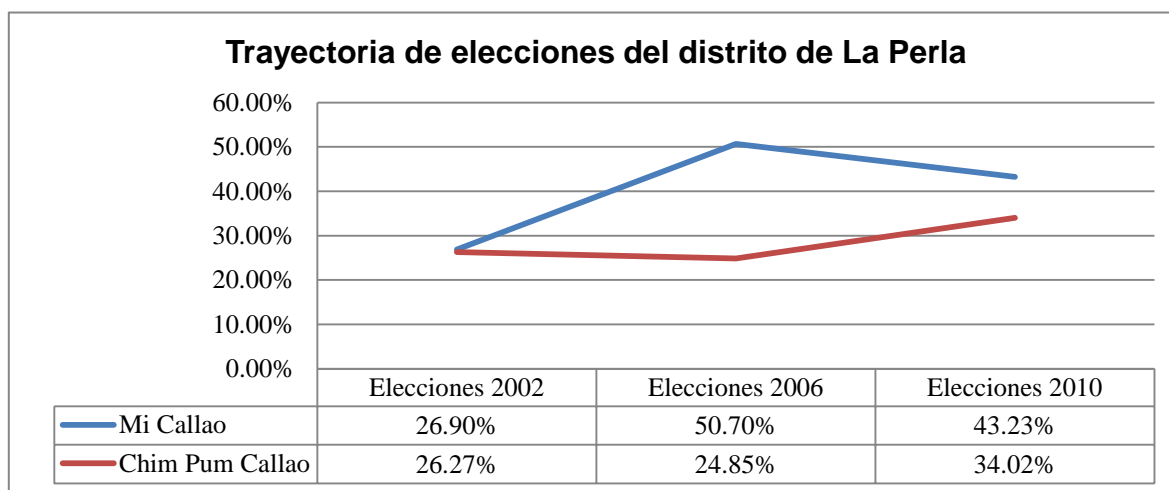
Pedro López sabrá aprovechar esta situación y además, reforzará su imagen creando una figura carismática con un discurso claramente populista buscando romper con la hegemonía de Chim Pum Callao. Se presenta como la solución y el indicado para la modernización de La Perla. Sataniza de alguna manera a Chim Pum Callao y éste cae en el juego político. Comienzan a defenderse de los ataques pero no se percatan que con esta acción le dan notoriedad a un movimiento muy pequeño que no tenía muchas probabilidades de ganar.

De esta manera, llega López al poder y se logra mantener por un periodo de 12 años. En este periodo de tiempo se harán grandes reformas, obras emblemáticas, entre otras cosas, que finalizarán por consolidar su presencia en el distrito. Por consiguiente, a continuación se pasará a describir la gestión municipal.

CAPÍTULO 3: gestión de Pedro López en el distrito de La Perla (2002 - 2014)

Al llegar Pedro López al poder, comienza a establecer una serie de estrategias con fines claros: mantenerse en el poder. Como se muestra en el gráfico 1, ambas organizaciones empezaron muy parejas pero Mi Callao termina ganando por muy poco. Es en este momento donde Pedro López, según sus declaraciones, aprovecha esta ventana de oportunidad y logra hacer tan buen gobierno que es reeligió por vez consecutiva con un poco más del 50%.

Gráfico 1



Fuente: INFOGOB

Por lo tanto, en este capítulo final se profundizará en las gestiones de Pedro López y sus dinámicas de relación con los ciudadanos y con los demás niveles de gobierno.

3.1. Una imagen que identifique a La Perla

La Perla para muchos se encontraba sumergida en el atraso. En el focus group, salió a relucir que muchos de ellos sentían que el distrito era el único del Callao que no progresaba.

“Antes me daba vergüenza decir donde vivíamos, una vez que mencionabas la palabra La Perla Callao, todos fruncían el ceño. Creían que vivíamos en los barracones.” “Cuando invitaba a mis compañeros de trabajo a que vinieran a visitarnos, nunca venían. Tenían miedo que les roben o les pase alto” “La imagen que proyectaba antes La Perla era terrible, incluso yo misma vivía con temor.” (Comentarios del focus group)

Es así que al llegar Pedro López este llega con una consigna: modernización. Los regidores Oblitas, Larenas, Salinas, al conversar con ellos

nos cuentan que lo primero que se busco fue “cambiarle el rostro a La Perla”. Por lo tanto, comenzaron con la avenida principal: La Marina. Para López esta avenida era significativa pues era la calle que conectaba a La Perla con otros distritos.

Una vez que se trató de coordinar con la provincia del Callao, se procedió a hacer la obra. Pedro recuerda que fue difícil hacer el embellecimiento de La Perla. “Ahí es donde me di cuenta que las cosas iban a ser complicadas, por así decirlo. Según mi perspectiva, estaban celosos pues. Les había ganado quien menos lo esperaba y jamás me dejarían que trabaje tranquilo. Ellos solo eran cooperativos con los distritos que pertenecían a ellos.” (López) Sin embargo, la obra fue una de las más significativas de todo el gobierno (Imagen 1)

Imagen1.



Desde este momento La Perla sufrió un cambio. Incluso, Patricia Chirinos, actual alcalde del distrito por Chim Pum Callao, lo sabe reconocer. “Es cierto, hay

un antes y después del embellecimiento de la av. La Marina. Se podría decir que desde ese momento, nosotros los perleños comenzamos a darnos cuenta de lo hermoso que puede ser el distrito”. Felix Moreno también lo sabrá reconocer. “Esta obra también benefició al Callao mismo ya que es lo primero que ven los limeños al entrar a la provincia por la av. La Marina. Ven que el Callao es más que una zona costera. Ven urbanización. Edificios modernos...”.

Esta obra, por lo tanto marca claramente la gestión de Pedro López y ratifica la confianza que había ganada por poco en las elecciones. Se genera más expectativas por este nuevo personaje que de la noche a la mañana logra, lo que muchos no pudieron hacer.

Luego, se dedicó a darle más iluminación al distrito. Sabía que los índices de inseguridad eran altos y según su análisis era por falta de alumbrado público. Es así que comienza a colocar los faroles representativos de su gestión. Estos tienen una particularidad y es que eran mitad rosados y mitad blancos. Desde este momento comienza a darse por sentado que el color rosado sería el color representativo de la gestión. Lamentablemente, es en este momento donde comienzan los altercados con los demás niveles del gobierno. Los faroles que se iban colocando en las avenidas principales comenzaron a ser destruidos.

“Me acuerdo que vimos con mucha alegría la colocación del alumbrado. Uno no podía andar de noche porque si no al toque era asaltada una en la esquina por lo oscuro que eran las calles. No faltaban los fumones en las esquinas esperando a sus víctimas. Pero de pronto una mañana, desaparecieron los focos de los faroles. Solo se veían los cables colgados del fierro... fue una pena. Escuche que había sido el mismo gobierno provincial quienes habían mandado a sacar los focos...” (Clara, participante del focus group)

Efectivamente, lo que argumenta esta participante fue un rumor que si bien no trascendió más allá de un rumor, tuvo mucha aceptación por los ciudadanos. Pedro López nos comenta que esto también llegó a sus odios.

“Bueno, me dijeron algunos pobladores que habían visto las camionetas del serenazgo de la provincial rompiendo los focos. Fue una lástima, sin embargo, nunca se pudo comprobar nada. [...] Esta información quizás pueda ser cierta ya que se volvió una práctica común el robar el cobre que se encuentra dentro del foco o farol pero de ahí a decir que fue orquestado por Chim Pum Callao, no estoy seguro. En ese momento busque conversar con el gobierno provincial, sin embargo, me dijeron que era algo absurdo y lo desestimé pues ya tenía problemas suficiente con la administración.”

Esta era una acusación grave, sin embargo, nunca se pudo comprobar. Aunque esto no impidió que la mayoría de perleños lo den por un hecho verídico.

En el 2006 logra ganar las siguientes elecciones con una mayoría abrumadora. Las expectativas fueron más grandes y era el momento para que Pedro se pudiera consolidar en el distrito. Este alcalde regresa con las obras de modernización y embellecimiento y comienza por la avenida Santa Rosa. Es a partir de este momento que comienza a pintar la mayoría de sus obras con el color característico de su gobierno: el rosado. (Revisar imagen 2). Por lo tanto, el embellecimiento de La Perla no tiene solo un valor físico sino simbólico, puesto que mejora la imagen del distrito lo cual representa una manera en que los perleños se sientan valorados en su identidad y dejen de ser un distrito empobrecido y con mal aspecto a ser uno moderno y limpio.

Imagen 2.



Además, siguió con el trabajo de alumbrar las calles del distrito. Se preocupó también en arreglar las pistas y veredas. Esto para Pedro era fundamental. “Se tenía de conocimiento que muchas veces los carros al frenar por la presencia de un hueco en la pista, estos eran automáticamente robados. Además, si teníamos en cuenta que no había alumbrado público, era un foco de delincuencia en potencia”. Por lo que procedieron a reparar pistas, colocar jardines y reparar veredas.

En las elecciones del 2010, si bien disminuyó el porcentaje, ganó y por un porcentaje muy alejado de Chim Pum Callao (revisar gráfico 1). Es en este periodo donde se preocupa más en la imagen de la Municipalidad. Primero, comienza la construcción del nuevo palacio municipal y a la par reconstruye la plaza de armas. (Revisar gráfico 3 y 4)

Imagen 3



Imagen 4



Esto reforzó de manera significativa la idea de Pedro López como modernizador del distrito. Estas obras comenzaron poco a poco a formar una identidad en los perleños. Si a esto le sumamos la reconstrucción del estadio Campolo Alcalde tenemos que su popularidad y aceptación creció altamente.

Como se sabe el Callao es un distrito famoso por su afición al fútbol. Es así que el alcalde buscó sacar a los jóvenes de las calles y llevarlos a un estadio moderno donde puedan jugar libremente.

De esta manera reconstruye el estadio ya que este se encontraba en pésimas condiciones. “Se vio eficiencia en López, sus ganas de querer hacer el cambio realizando grandes obras. Creo que además esto estaba acompañado con el crecimiento del distrito. Comenzaron a levantarse grandes edificios a la par que las calles estaban siendo trabajadas. Ahora se ve un distrito más moderno.”(Jorge, integrante del focus group)

No obstante, hay que hacer notar que todas estas obras estaban localizadas en las zonas donde la población en su mayoría tenía buena situación económica. No se vieron grandes cambios en las zonas marginales. Esto lo resalta Patricia Chirinos “A mi entender, López solo buscaba obras que lo visibilicen con su electorado. Obras en las zonas principales pero nada más. No hay más trabajo.”

Julio Demartini, uno de los competidores de López en el 2006 por Chim Pum Callao, también compartirá la misma opinión que Chirinos. “A nuestro querido ex alcalde ya al final de su gobierno, se le acababan las ideas. Las grandes obras que realiza eran aisladas. No había trabajo en las zonas más pobres de La Perla. Solo le importaba quedar bien”. Es en este punto que nuestra investigación propondrá que López, si trabajo para los más pobres pero de una manera totalmente diferente a lo esperado.

A través de una oferta clientelar Pedro López buscará acercarse a los más necesitados del distrito. No a través de grandes obras, sino a través del discurso y del establecimiento de redes clientelares. Esto se explicará con mayor profundidad en el capítulo siguiente.

3.2. Una oferta clientelar

En la Ciencia Política el tema del clientelismo en los gobiernos subnacionales, recién está siendo atendido. Múltiples son las tesis que tocan el tema peruano: el caso de la provincia del Callao, el caso de Los Olivos, el caso de Magdalena y el caso de Alianza por el Progreso en todo el norte.

Nuestro caso no es ajeno a esta situación. Como se mencionó en el apartado anterior. Muchos comenzaron a criticar la gestión de López pues no mostraba una estrategia clara con las zonas marginadas de La Perla. Sin embargo, es allí donde propondrá un mecanismo informal para trabajar con este sector de la población.

Ya era muy conocida la horizontalidad de trato que tenía Pedro López. Además, como se argumentó, el alcalde no tenía problema alguno con tratar con sus ciudadanos directamente. De esta manera, se comienza a desarrollar una práctica donde el ciudadano perleño buscaba al alcalde con la finalidad de atender sus necesidades más básicas.

En el focus group, salió a relucir claramente lo señalado anteriormente:

“Podías acercarte a él y pedirle lo que sea y él siempre buscaba la manera de ayudarte. Si no estaba en su competencia, te mandaba con alguien para que te brinde ese apoyo que necesitabas”. (Romina, integrante de focus group)

“Para mí, el alcalde es una buena persona... bien bueno es. Por eso que todo el mundo va a pedirle favores. Un día mi hermanito enfermó y teníamos que internarlo en el Sabogal pero no había cama. Mi mamá se acercó para pedirle que nos ayude y nos dio el teléfono de una chica que al toque nos consiguió una”. (Janette, integrante de focus group)

“Yo necesitaba la ayuda con un trámite que estaba sacando para mi tiendita, pero se estaba demorando. Así que me acerque pues, porque dicen que si vas a buscarlo a su casa te recibe normal nomas, pero tienes que ir temprano. Le dije, pues mi situación y que necesitaba que mi tiendita trabaje y rapidito no más me dijo que haría unas llamas y apuraría mi trámite, incluso me dio su número de celular por si tenía algún problema..” (Percy, integrante de focus group)

En otras palabras, los ciudadanos tenían relación directa con el alcalde. No importaba qué necesidad o problema necesitaras resolver, el alcalde siempre tenía una solución. Las personas solicitantes de esta ayuda, no obstante, no pertenecían a un solo nivel socioeconómico. Los pedidos eran distintos e incluso, estaban fuera de sus competencias.

Cuando por fines de la investigación se le hace un acompañamiento durante una semana, se pudo observar muchas particularidades que dibujan mejor el panorama. Pedro López, tenía tanta demanda de parte de la población que atendía desde las 7 de la mañana en su casa. Muchas veces invitaba a alguno pasar para que lo acompañen a tomar desayuno mientras conversaba con ellos. Posteriormente, salía e iba a pie a la municipalidad. La distancia no era tan lejos, sin embargo, aprovechaba este momento para atender a los que venían en busca de ayuda.

Los favores que las personas pedían variaban entre lo más simple hasta lo más complejo. Unos solicitaban renovación de DNI, otros buscaban trabajo, otros necesitaban ayuda con los servicios de salud, otros solicitaban ayuda al alcalde porque había demasiada inseguridad en su zona y necesitaban serenazgo. Todas las personas que se le acercaban siempre terminaban con una respuesta positiva.

Todos los perleños sabían que solicitarle algo al alcalde siempre traía su beneficio. Debido a ello, se formaban grandes colas a las afuera de su casa o dentro de la municipalidad. También era común encontrarlo caminando por todo el distrito. Las personas como lo sabían reconocer, le invitaban a comer o a eventos y este aceptaba gustoso, no obstante, era sabido que en el ínterin el alcalde recibiría solicitudes de ayuda.

La gran mayoría de los favores que se solicitaban eran sencillos y muchos no tenían que ver con su labor como alcalde. Por ejemplo, la renovación del DNI (competencia entera de la Reniec) o problemas con el seguro social etc. Esto muestra una población con muchas necesidades, quizá poca información y sobre todo dispuesta a buscar a alguien que le resuelva los problemas. Así fue como se encontraron con su alcalde Pedro López y lo apreciaron.

El trato horizontal además, es muy significativo. Señalan que usa palabras como “hermanito” “hermanito” “que Dios te bendiga” “bendiciones” que llaman mucho la atención. Jorge, un integrante del focus nos comentó que: “En una oportunidad, en mi edificio un niño de sólo 10 añitos le dio cáncer. Se hizo una actividad y de pronto apareció el alcalde. No sé quién lo había invitado, creo que

fue el padre del niño. Cuando llegó pidió ver al niño, y oró con él y seguidamente pidió que todos nos unamos a la oración. [...]”.

Por lo tanto, la presencia de Pedro López en estas zonas donde le increpan que no tuvo políticas claras, las supo llenar con esta estrategia clientelar. No podemos afirmar que tenía una estrategia claramente segmentada para estos dos tipos de población. Ya que el hecho que esta red clientelar se haya hecho tan grande no estuvo planeado por Pedro López. Al contrario, en el acompañamiento se pudo notar su cansancio ya que prácticamente rompió con su ámbito privado y no había descanso. Sin embargo, de alguna u otra manera su presencia se terminó expandiendo por todo el distrito y al momento de las elecciones, los clientes regresaban el favor con un voto.

Estas prácticas fueron cuestionadas en la fase final de su gobierno. La regidora Torres nos comentó que hubo un incremento de trabajadores en el sector de mantenimiento de parques y calles y en serenazgos. Sin embargo, muchos de estos nuevos trabajadores contaban con historial delictivo. Esto saltó las alarmas pues comenzaron a escucharse de casos donde ciudadanos habían sido robados por miembros de la seguridad municipal. La regidora argumentaba que esto se vio asociado al hecho que el alcalde daba trabajo a todas las personas que se le acercaban a pedirle una oportunidad.

Entonces, quiere decir que este modelo quizás a la larga no estaba siendo sostenible y en algún momento se volvería contraproducente para el mismo

alcalde. Sin embargo, en el caso de los serenazgo, se pudo arreglar la situación a tiempo y casos así ya no se volvieron a repetir.

En conclusión, en este capítulo se ve claramente, que Pedro López es un claro incumbente que busca ser reelegido aplicando una estrategia clara: el clientelismo. Sin embargo, esta estrategia está orientada mayormente a la población más pobre. Es decir, aquella población que tenía más necesidad de ser atendida por esta práctica. Si hacemos un análisis más profundo podemos encontrar que este sector de la población perleña con más urgencias, no cuenta con información clara sobre las competencias de una municipalidad.

Solicitar un cambio de DNI, que te brinden trabajo, entre otras demandas, no tienen relación alguna con la municipalidad. Sin embargo, debido al desconocimiento, solicitaban estos favores a Pedro López pensando que de esta manera la respuesta sería más efectiva y en muchos casos lo fue.

No obstante, Pedro López tampoco mostraba indicios de querer explicar a sus ciudadanos cuáles eran sus competencias. Todo lo contrario, aprovechaba esta situación e instaurará una red clientelar con ellos. Se convierte en un caudillo, de esta manera, que monopoliza el poder y tiene la respuesta para todos los problemas.

Se presenta a elecciones, por lo tanto, como el salvador de los más necesitados. Además que su figura se ve más popular al presentarse como el “pobre alcalde que trata de ganarle a los corruptos de Chim Pum Callao”. Si a

esto le sumamos que al haber reuniones de consejo con todos los niveles del Callao, estos siempre terminan en pelea. Las especulaciones crecen, y tienes a una especie de “cenicienta” como lo presentó uno de los integrantes del focus group, contra el personaje malvado que vendría ser el movimiento independiente Chim Pum Callao.



Conclusiones

La presente tesis buscó brindar algunas luces sobre la estabilidad política en un sistema poco o nada institucionalizado, volátil y con baja tasa de reelección. Para ello, se estudió a profundidad el caso de La Perla, distrito de la zona de El Callao. Se propuso 3 variables claves (el personalismo, el clientelismo y la teoría del incumbente) que la literatura de la disciplina ha utilizado para explicar los fenómenos de estabilidad política.

Se hizo recopilación de información empírica sobre el distrito mediante entrevistas, focus y participación directa. Los resultados nos demuestran que estas tres variables apoyadas en el personalismo contribuyen a construir explicación que recogemos en las siguientes conclusiones.

Entonces, el caso nos enseña algunas estrategias que un político debe hacer para lograr la estabilidad en un contexto como el peruano. El esfuerzo personalista es enorme por parte de López al punto que su figura termina dando

sustento al movimiento Mi Callao. Organización en la que en un primer momento no se pensó que duraría tanto tiempo, y por el contrario, supo posicionarse aunque en un solo distrito y supo a la larga, armar un aparato municipal que respondiera a las demandas e identidad ciudadanas.

Por otro lado, hay que mencionar que López construirá un modelo estratégico que está conformado por dos ámbitos: lo formal y lo informal. Por un lado, plantea una municipalidad eficiente que responde a las demandas ciudadanas junto a la construcción de obras emblemáticas (que buscan la modernización). Por el otro, aplica una estrategia clientelar orientada a los más pobres del distrito. Es así que el caso de López nos muestra una manera de hacer política en una circunscripción tan poco explorada como es La Perla. No obstante, en la práctica sabemos gracias a otras investigaciones que existen patrones de comportamiento similares que se dan en distritos como Los Olivos, Chorrillos, Chosica, Magdalena que ocurren más o menos dentro de un mismo periodo de tiempo.

Asimismo, es importante resaltar la estrategia empleada por Pedro López para dar éxito a su modelo de gobierno. La existencia de una estrategia enfocada primero en la búsqueda de la notoriedad del alcalde. Luego, buscar realizar obras para indicar que se está trabajado en la modernización y finalmente una política a los más pobres a través del clientelismo. Es decir, se tiene la obra pública universal y la clientelar. Este manejo de las estrategias es lo que termina generando las imágenes de eficiencia y cercanía por parte de la población hacia

el alcalde, y aquí reside una de las razones por las cuales se mantiene en el poder gobierno tras gobierno.

No obstante, hay que precisar que, como se mencionó líneas anteriores, toda la estrategia que emplea no hubiera sido posible sin el gran carisma de Pedro López. Esta herramienta también es clave ya que como vimos en el focus group es lo que marcó claramente a su masa de votantes en todos los estratos socioeconómicos. Su presencia y trato horizontal con sus ciudadanos es lo que permitirá que todas las estrategias usadas para que se mantenga en el poder funcionen.

Sin embargo, hay que mencionar los límites que tiene esta estrategia, ya que al concentrar todo en la misma persona, la organización termina volviéndose un cascarón. El proyecto político al solo tener éxito con Pedro López depende enteramente de su figura. Ante ello, al buscar postular para las elecciones provinciales con otro movimiento en el 2014 y dejar la organización a otro, la candidatura de La Perla termina en derrota y Mi Callao pierde totalmente su presencia en todo el Callao. Por consiguiente, no solo es difícil buscar un sucesor en el cargo, que logre el mismo que él, sino éxito que también el querer dar el salto a un mayor escenario político, se vuelve más complicado.

Finalmente, nos gustaría plantear algunos puntos de investigación. En un contexto en donde hay un boom académico sobre política subnacional, también se debe colocar la lupa sobre el nivel distrital y no solo en lo provincial y regional. Aún existe un gran desconocimiento de cómo funciona aquella política cercana al

ciudadano, por lo que debemos extender el estudio a más distritos, para poder analizar si existen patrones o si estamos ante un escenario de atomización absoluta en Lima.



Bibliografía

ABRAMOWITZ, Alan (1991). "Incumbency, Campaign Spending and the Decline of Competition in U.S House of Representatives". EN: *The Journal of Politics*, vol 53, 34-56.

ARAGÓN, Jorge y José INCIO (2014). "La reelección de autoridades regionales y municipales en el Perú, 2006-2014". EN: *Revista Argumentos*, año 8, n°5.

AUYERO, Javier (2012). *Patients of the State: The Politics of Waiting in Argentina*. Durham, NC and London: Duke University Press.

BARR, Robert (2009). "Populists, Outsiders, and Anti-Establishment Politics". EN: *Party Politics*, vol 15.

BARRENECHEA, Rodrigo (2014). *Becas, bases y votos. Alianza para el Progreso y la política subnacional en el Perú*. Lima: IEP.

BRUSCO, Valeria, Marcelo NAZARENO y Susan Stokes (2004). "Vote Buying in Argentina". EN: *Latin America Research Review*, vol 39, N°2.

CABALLERO, Gian Carlo (2015). *Estrategias segmentadas para mantenerse en el poder: el caso de estudio del distrito de Los Olivos durante los 5 periodos de gobierno de Felipe Castillo (1996-2014)*. Lima. Tesis (Lic.) Pontificia universidad Católica del Perú. Facultad de Ciencias Sociales.

CAMERON, Maxwell y Steven LEVITSKY (2009). "Democracy Without Parties? Political Parties and Regime Change in Fujimori's Peru". *Latin American Democratic Transformations: Institutions, Actors, and Processes*. New Jersey: Wiley-Blackwell.

CÓRDOVA, Beatriz y José INCIO (2013). "La ventaja del incumbente en el ámbito subnacional: un análisis de las dos últimas elecciones municipales en el Perú". EN: *Papel Político* vol. 18, N°2.

HALE, Henry (2005). "Why Not Parties in Russia? Electoral Markets, Party Substitutes, and Stalled Democratization in Russia". EN: *Comparative politics*, vol 37, n°2, enero.

ITURRIZAGA, Guillermo (2013). *Éxito electoral de "Chim Pum Callao": la organización interna también cuenta*. Lima. Tesis (Lic.) Pontificia universidad Católica del Perú. Facultad de Ciencias Sociales.

KITSCHOLT, Herbert (2000). "Linkages between Citizens and Politicians in Democratic Politics". EN: *Comparative Political Studies*, vol 33.

------(2008). "Patrons, Clients and Policies. Patterns of Democratic Accountability and Political Competition". New York. Cambridge University Press.

KOSTADINOVA, Tatiana y Barry LEVITT (2014). "Toward a theory of personalist Parties: Concept Formation and Theory Building". EN: *Politics & Policy*, Volume 42, N°4.

LASSWELL, Harold (1930). *Psychopathology and Politics*. Chicago: University of Chicago Press.

LEE, David (2001). *The Electoral Advantage to Incumbency and Voter's Valuation of Politicians' Experience: A Regression Discontinuity Analysis of Close Elections*. Berkeley: Universidad de Berkeley.

LINDEN, Leigh (2004). *Are Incumbents Really Advantaged? The preference for Non-Incumbents in Indian National Elections*. Borrador.

LYNCH, Nicolás (1999). *Una tragedia sin héroes. La derrota de los partidos y el origen de los independientes. Perú, 1980-1992*. Lima: UNMSM

MEROLLA, Jennifer y Elizabeth ZECHMEISTER (2009). *Democracy at Risk: How Terrorist Threats Affect the Public*. Chicago: University of Chicago Press.

MUÑOZ, Paula (2007). La incertidumbre de la política regional: Estudio sobre la articulación entre el gobierno regional y los gobiernos locales de Puno (2003-2007). Lima: SER-OXFAM

ROBERTS, 2002. "Party-Society Linkages and Democratic Representation in Latin America." EN: *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies*, vol 27 (53).

ROJAS, José (2011). *Fiesta y regalo: los vínculos clientelares y la maquinaria política de Chimpum Callao*. Lima. Tesis (Lic.) Pontificia universidad Católica del Perú. Facultad de Ciencias Sociales.

SARTORI, Giovanni (1980). *Partidos y sistemas de partidos*. Madrid: Alianza editorial.

TANAKA, Martín (2005). *Democracia sin partidos. Perú, 2000 – 2005. Los problemas de representación y las propuestas de reforma política*. Lima. IEP.

TROUNSTINE, Jessica (2011). "Evidence of a Local Incumbency Advantage". EN: *Legislative Studies Quarterly*, vol 36.

UPPAL, Yogesh (2009). "The disadvantaged incumbents: estimating effects in Indian State Legislatures". EN: *Public Choice*, N°138, 9 – 27.

VERGARA, Alberto (2009). “El choque de los ideales. Reformas institucionales y partidos políticos en el Perú post-fujimorato”. *Documento de trabajo*, Lima: IDEA Internacional.

WEBER, Max (1947). *Wirtschaft and Gesellschaft. Greundriss Des Verstehender Soziologie [Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology]*. Germany: Mohr Siebeck.

WEYLAND, Kurt (2014). “Clarifying a Contested Concept: Populism in the Study of Latin American Politics”. EN: *Comparative Politics*, vol 34.

ZAVALETA, Mauricio (2014). *Coaliciones de independientes. Las reglas no escritas de la política electoral*. Lima: IEP.

ENTREVISTAS

15 de setiembre de 2014. Entrevista a Pedro López, ex alcalde del distrito de La Perla periodo 2002-2014

12 de junio de 2015. Entrevista a Pedro López, ex alcalde del distrito de La Perla periodo 2002-2014

7 de octubre de 2014. Entrevista a Patricia Chirinos actual alcalde de La Perla (2015-2019)

22 de setiembre de 2014. Entrevista a Julio Javier Demartini ex postulante a alcalde por Chim Pum Callao en elecciones 2006

12 de noviembre de 2014. Entrevista a Victor Albrech ex alcalde de La Perla periodo 1998-2002

19 de noviembre de 2014. Entrevista a Felix Moreno actual presidente regional del Callao

13 de marzo de 2015. Entrevista a Julio Oblitas Fernandez, ex regidor distrital de La Perla en el periodo 2002-2014

7 de abril de 2015. Entrevista a María Alejandrina Larenas Cornejo ex regidora distrital La Perla en el periodo 2002-2014

17 de abril de 2015. Entrevista a Luis Alberto Salinas Pérez Cornejo ex regidor distrital La Perla en el periodo 2002-2014

6 de mayo de 2015. Entrevista a Ana Torres Cornejo ex regidor distrital La Perla en el periodo 2002-2014

4 de diciembre de 2014. Entrevista a Máximo Alberto Concha Arévalo ex regidor distrital en el año 2006.

NORMATIVIDAD Y DOCUMENTOS OFICIALES CONSULTADOS

Ley de Bases de la Descentralización N°27783

Ley Orgánica de Municipalidad N° 30197

Ley Orgánica de Municipalidad N° 27972

Base de Datos del Proyecto INFOGOB – Jurado Nacional de Elecciones

